

J. CARLOS MONTEERRUBIODoctor en Turismo por The Manchester
Metropolitan University, Reino Unido.Profesor investigador en turismo en la
Universidad Autónoma del Estado de México, México.
[jcmonterrubioc@uaemex.mx].**A. PRICILA SOSA**Doctora en Geografía por la Universidad Nacional
Autónoma de México, México.Profesora investigadora en la
Universidad del Caribe, Cancún, México.
[psosa@ucaribe.edu.mx].**BHARATH M. JOSIAM, Ph.D.**Doctor en Educación en Marketing y Negocios por The
University of Minnesota, Estados Unidos.Investigador en The College of Merchandising, Hospitality &
Tourism, University of North Texas, Estados Unidos.
[josiamb@unt.edu].

SPRING BREAK E IMPACTO SOCIAL EN CANCÚN, MÉXICO¹. UN ESTUDIO PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO

SPRING BREAK AND SOCIAL IMPACT IN CANCUN, MEXICO: A STUDY FOR TOURISM MANAGEMENT

¹ Fecha de recepción: 4 de julio de 2014.

Fecha de modificación: 29 de septiembre de 2014.

Fecha de aceptación: 21 de octubre de 2014.

Para citar el artículo: MONTEERRUBIO, J.; SOSA, P. y JOSIAM, B. (2014). *Spring Break* e impacto social en Cancún, México. Un estudio para la gestión del turismo, en *Anuario Turismo y Sociedad*, Vol. xv, pp. 149-166. DOI: 10.18601/01207555.n15.09

Resumen

Los impactos sociales del turismo han representado uno de los temas más abordados dentro de los estudios del turismo. Sin embargo, poco se conoce acerca de las particularidades de dichos impactos según el tipo específico de turistas y su comportamiento, así como de su implicación en la gestión del turismo. Este artículo presenta los resultados de una investigación que tuvo como objetivo identificar los impactos sociales de un fenómeno turístico específico, el *Spring Break* en Cancún, México. A partir de datos cuantificables obtenidos con residentes locales, el estudio revela que aunque el fenómeno en cuestión genera empleos e ingresos en la localidad, los beneficios económicos están ampliamente dirigidos a empresas extranjeras muy específicas, y que son pocos los residentes locales beneficiados económicamente. Asimismo, los impactos sociales percibidos del *Spring Break* en el destino están directamente relacionados con el comportamiento hedonista de los turistas. El artículo ofrece implicaciones prácticas para la gestión de los turistas en el destino.

Palabras clave: *Spring Break*, impacto social, gestión turística, Cancún.

Abstract

Tourism's social impacts have become one of the most studied topics. However, little is known with regard to specific impacts of specific types of tourists and their behaviours as well as to their tourism management implications. This paper presents the findings of a research project aiming at identifying the social impacts of a specific tourism phenomenon, *Spring Break*, in Cancun, Mexico. Based on quantitative data obtained from local residents, the study reveals that although the phenomenon in question creates employment opportunities and income for local people, the economic benefits are largely kept by very specific foreign businesses, and very few local people are economically benefitted. Furthermore, the *Spring Break*'s perceived

social impacts on the destination are directly related to tourists' hedonist behaviours. This paper offers practical implications for tourist management in the destination.

Key words: Spring Break, social impact, tourism management, Cancun.

Introducción

El *Spring Break* (SB) es un fenómeno turístico basado en el desplazamiento de estudiantes norteamericanos hacia diversos destinos del continente, particularmente Estados Unidos, el Caribe y México. El fenómeno incluye miles de jóvenes, principalmente de nivel educativo universitario, que viajan a destinos de sol y playa dentro y fuera de los Estados Unidos durante una semana en el período de receso de primavera (marzo-abril).

Como otros fenómenos turísticos, el SB ha sido objeto de análisis académico. Los académicos han abordado, particularmente, la importancia del comportamiento “excesivo” de los estudiantes, pero comúnmente desde las implicaciones que el comportamiento de riesgo puede tener en su salud (RIBEIRO & HICKERSON, 2013). Los *Spring Breakers*, SBes, como se les denomina a los turistas en este fenómeno, son altamente caracterizados por su particular comportamiento. Este ha sido objeto de diversas investigaciones, aunque en su mayoría en Estados Unidos.

De acuerdo con el trabajo de JOSIAM ET AL. (1998) en un destino de Florida, una de las investigaciones frecuentemente citadas en el abordaje del fenómeno, millones de estudiantes en Norteamérica consumen grandes cantidades de alcohol y otras sustancias dañinas para su salud durante sus vacaciones de primavera, y son atraídos por la reputación festiva de los destinos que visitan. De manera similar, el estudio de SÖNMEZ ET AL. (2006) en dos universidades de Estados Unidos

reveló que las motivaciones de los SBes se concentran altamente en oportunidades para consumir bebidas alcohólicas, tener actividad sexual y probar drogas, y que la elección del destino está basada principalmente en su potencial de oportunidades de alcohol y sexo.

Comportamientos, motivaciones y cifras similares del fenómeno han sido reportadas por muchas otras investigaciones (APOSTOLOPOULOS, SÖNMEZ & YU, 2002; CRONIN, 1996; GONZALEZ, 1986; LEE, LEWIS & NEIGHBORS, 2009; MATICKA-TYNDAL, HEROLD & MENWHINNEY, 1998; PATRICK, ET AL., 2011), lo cual sugiere que dicho comportamiento es una constante, aunque de ninguna manera permanente (RIBEIRO & HICKERSON, 2013).

Aunque han transcurrido ya más de treinta años de investigación en torno a los viajes de SB (RIBEIRO & HICKERSON, 2013), existen aún muchos temas desatendidos. Particularmente han sido poco explorados los cambios sociales que este tipo de turismo genera en los destinos de quienes los visitan. Tomando en consideración que el tipo de turistas y su comportamiento exhibido son una variable importante para definir los impactos sociales del turismo (RYAN, 2003, pp. 321-322), el SB resulta un escenario importante para el análisis del cambio social asociado al turismo.

En este marco, el presente estudio presenta los resultados de una investigación que buscaba identificar los impactos sociales del SB a partir de las percepciones de los residentes locales con incidencia en la gestión del turismo. Para tal efecto, hace primero un planteamiento sobre los impactos sociales del turismo y la gestión del turismo y de los turistas. Así mismo, ofrece una descripción del contexto turístico en donde se realizó el estudio (Cancún, México) y del proceso metodológico adoptado. Finalmente, presenta los resultados de una de las etapas metodológicas del estudio, así como las conclusiones e implicaciones del mismo en términos de la gestión turística.

Revisión de la literatura

Impacto social y turismo

Los impactos sociales, en su generalidad, se refieren a las consecuencias sociales y culturales en las poblaciones humanas que tiene cualquier acción pública o privada que altera las formas en que las personas viven, trabajan, se relacionan, organizan y, en general, interactúan como miembros de un grupo (BURDGE & VANCLAY, 1996). Específicamente en el contexto del turismo, los impactos sociales pueden ser considerados como “los cambios en la calidad de vida de los residentes de un destino turístico que son consecuencia del turismo de cualquier tipo en ese destino” (WALL & MATHIESON, 2006, p. 227).

Los impactos sociales del turismo tratan entonces de cambios en distintas dimensiones de la vida cotidiana de los pobladores locales y de su entorno, que surgen como efecto de un factor externo, en este caso el turismo. Sin embargo, considerando que los grupos sociales, sus estructuras y entornos están expuestos no sólo a la influencia de un factor externo sino de varios simultáneamente, así como a su propia dinámica natural de cambio sociocultural, los cambios generados por el turismo no son siempre fácil y categóricamente identificables y diferenciados de otros. El turismo puede generar cambios por sí solo, pero también puede combinarse con otros agentes de cambio, por ejemplo, los medios de comunicación y otros procesos de modernización, que en conjunto dan forma a diversos cambios sociales.

En la atribución de ciertos cambios al turismo, las percepciones de los residentes juegan un papel importante. Los impactos sociales del turismo han sido identificados ampliamente por más de cuatro décadas y, particularmente en países industrializados, a partir de cómo el turismo y sus consecuencias son percibidos por quienes atestiguan día a día las transfor-

maciones en los destinos, es decir, por los residentes locales.

Investigaciones como las de DOXEY (1975) sobre los impactos del turismo y su relación con la irritación de las poblaciones locales; de PIZAM (1978) sobre los costos sociales del turismo, y de THOMASON, CROMPTON y KAMP (1979) sobre los impactos de los visitantes de invierno en un destino de Estados Unidos son sólo algunos ejemplos de los abordajes iniciales del tema.

El estudio de las percepciones como un medio para identificar los impactos del turismo se ha incrementado considerablemente desde ese entonces, aunque cuestionablemente, al grado que dichas percepciones son fundamentadas y explicadas en teorías como la del intercambio social (AP, 1992) y la de las representaciones sociales (PEARCE, MOSCARDO, & ROSS, 1996), por mencionar algunas, y se han convertido en una de las áreas del turismo ya maduras y más abordadas en los estudios del turismo (DEERY, JAGO & FREDLINE, 2012; SHARPLEY, 2014).

La literatura existente ha revelado que los cambios sociales generados por o asociados al turismo son muy diversos. Aunque su número podría ser difícilmente definido con precisión, las consecuencias sociales del turismo se han reflejado, tanto de forma positiva como negativa, en su relación con aspectos como el empleo (DIEDRICH & GARCÍA-BUADES, 2009), la delincuencia (ANDERECK ET AL., 2005), la identidad y el orgullo comunitarios (SEBASTIAN & RAJAGOPALAN, 2009), el tráfico vehicular y el hacinamiento (ANDERECK ET AL., 2005; SHELDON & VAR, 1984), las oportunidades de recreación (GETZ, 1993; HUSBANDS, 1989; PERDUE, LONG & ALLEN, 1987), la inversión y el incremento de precio de bienes y servicios (AKIS, PERISTIANIS, & WARNER, 1996), los patrones de consumo (FISHER, 2004), el uso de drogas y el consumo de alcohol (BEDDOE, 1998; MOORE, 1995), entre muchos otros.

Así, son muchos los factores que intervienen en el tipo e intensidad de los cambios sociales asociados al turismo, entre los cuales se encuentran las condiciones socioeconómicas y culturales de la población, la diferencia cultural entre turistas y locales, las estructuras políticas y jurídicas, el número de turistas y el tipo de turistas y su comportamiento exhibido (RYAN, 2003, p. 322).

Respecto de estos dos últimos, tipo y comportamiento de turistas, una revisión detallada de la investigación existente, principalmente la publicada en revistas especializadas en inglés y español, indica que son muy pocos los estudios que han abordado los cambios sociales derivados de tipos específicos de turistas y su comportamiento; es decir, la gran mayoría de los trabajos sobre el turismo y el cambio social han sido en el contexto del turismo en general, sin atender a los grupos de turistas específicos que componen dicho fenómeno. En cuanto a los tipos de turistas, los cambios sociales provocados por el turismo han sido estudiados en su generalidad y no en su particularidad, lo cual representa un vacío relevante en los estudios sobre el turismo y el cambio social.

Gestión del turismo y de los turistas

La gestión del turismo, lejos de su acotada noción empresarial, se asocia a “los procesos y técnicas diseñadas para atender a los turistas y el desarrollo del turismo, pero, al mismo tiempo, minimizar sus consecuencias negativas” (TELFER & SHARPLEY, 2008, p. 200). Específicamente, MASON (2008) arguye que la gestión del turismo se refiere a las formas de gestionar los recursos para el turismo, la interacción de los turistas con los recursos físicos y la interacción de los turistas con los residentes en los destinos. Es este enfoque de gestión del turismo el que contempla y reconoce la importancia de evaluar los impactos sociales del turismo con la intención de minimizar costos y maximizar beneficios sociales

en todos aquellos actores que participan en él, particularmente las poblaciones locales.

En este marco, las técnicas de gestión del turismo deben ser empleadas para mantener el destino y sus componentes incluyendo sus estructuras y cualidades sociales en condiciones deseadas. Para procurar un desarrollo del turismo en beneficio de las poblaciones locales, los gestores del turismo pueden adoptar tres alternativas de acción: manipular el entorno, modificar el comportamiento de los turistas, o una combinación de las dos (WALL & MATHIESON, 2006).

En casos en donde el comportamiento de los turistas resulta ser un agente de cambio sociocultural importante, la gestión debe focalizarse a dicho comportamiento. De hecho, la gestión de los turistas y de otros visitantes es uno de los mecanismos importantes en los intentos de reducir los impactos negativos económicos, medioambientales y socioculturales del turismo (MASON, 2008).

De acuerdo con WALL y MATHIESON (2006), en cuanto a las formas de modificar el comportamiento de los turistas, estas pueden ser clasificadas en dos categorías: reguladoras, que son las que imponen requerimientos a los visitantes, a los cuales estos deben sujetarse (leyes, reglamentos, normas), y manipuladoras, que pueden ser más sutiles y agradables, pero igual de efectivas, tales como la provisión de información (por ejemplo las advertencias en diferentes medios sobre el peligro que implican los “excesos”) y el diseño de los sitios para prevenir conductas indeseables. Las técnicas específicas de gestión del turismo variarán de acuerdo con los objetivos y condiciones de cada destino, los tipos de turista, su comportamiento y las necesidades e intereses de los actores, pero, particularmente, en lo ideal, de los pobladores locales.

A esta altura debe hacerse una observación adicional. En muchas realidades del turismo,

las estrategias de gestión del turismo y los turistas son frecuentemente aplicadas una vez que los signos de deterioro medioambiental, social o cultural son aparentes; sin embargo, es importante que las acciones de gestión sean implementadas antes de que se alcance la afectación de los recursos o de que la calidad de vida de los residentes haya sido tocada. Dentro de una gestión efectiva debe perseguirse una acción preventiva más que correctiva. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha insistido en la planeación del turismo que considere al destino como una unidad (la localidad misma con su población y la oferta turística, juntas), estableciendo como objetivo central el desarrollo de la comunidad y tomando previsiones hacia los impactos posibles (PNUMA-UNWTO, 2006, pp.16-20).

Cancún como destino Spring Break

Cancún es el destino más conocido y preferido por quienes realizan vacaciones de playa entre los destinos de América Latina, y uno de los primeros del mundo, de acuerdo a algunas operadoras y a funcionarios estatales de promoción turística (SÁNCHEZ, 2014). Junto con el resto del Caribe mexicano, representa además la mayor oferta de hospedaje del país (SECTUR, 2012) y recibe mayor número de turistas que República Dominicana, Puerto Rico o Cuba.

Desde el punto de vista de la administración pública o de algunos empresarios, estos y otros datos permiten considerarlo como un éxito (SÁNCHEZ, 2014; CÓRDOVA, 2014). Sin embargo, al mismo tiempo existen otras perspectivas críticas sobre las características del crecimiento de Cancún y de la expansión del turismo hacia todo el Caribe mexicano (JIMÉNEZ, 1998; TORRES, 2005; CAMPOS, 2007; BRENNER, 2007, OEHMICHEN, 2009, 2010; SOSA & JIMÉNEZ, 2012). La presencia en Cancún de SBes se relaciona con ambas perspectivas, tanto con la óptica del Cancún

exitoso, que lo considera un segmento de mercado más, que acorta la temporada baja y por ello debe promoverse, como con la visión que plantea los impactos ambientales, urbanos y sociales negativos del turismo que deben ser atendidos, como los derivados de la permisividad ante la conducta de los SBes.

Cancún es un centro integralmente planeado (CIP), resultado de un proyecto gubernamental. A finales de los años setenta, el Banco de México estudió la dinámica del turismo en el mundo y en especial la importancia que cobraba en el Gran Caribe, que proyectaba un fuerte crecimiento (BANCO DE MÉXICO, 1968, 1973, 1979). Esto es relevante porque el proyecto Cancún corresponde entonces a una visión de turismo de sol y playa en el modelo masivo, que se gesta en la posguerra y que ya se expandía en el Caribe (HIERNAUX, 2006, p. 405; JIMÉNEZ, 1998).

Por más de una década, este proyecto fue planeado, financiado, promovido y administrado por el Gobierno federal, que incluso fue dueño y administrador de hoteles. A mediados de los años ochenta el panorama cambió cuando el Estado mexicano asumió la perspectiva neoliberal. No solamente delegó responsabilidades a los Gobiernos estatal y municipal, sino que su brazo principal a cargo del proyecto, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) abandonó la mayor parte de sus responsabilidades de gestión y se deshizo de sus activos para este caso y los otros CIPs que apenas iniciaban (SOSA & JIMÉNEZ, 2012).

No obstante, en la siguiente década la gestión pública del turismo, minimizada y descentralizada, coincidió con un fuerte crecimiento, no solamente en Cancún, sino también en el corredor Cancún-Tulum (ahora Riviera Maya) que hasta entonces había jugado una función de oferta complementaria (actividades de *snorkel*, buceo y servicios de playa) en el modelo turístico masivo de sol y playa, pero que se transformó en otro destino de

hospedaje. Durante estas décadas de los años 70 y 80, la Riviera Maya había generado una pequeñísima oferta de apenas 100 cuartos hoteleros, que son los registrados en 1993. Sin embargo, esta cifra pasó a 30.000 en 2005; es decir, en 12 años se creó una oferta de hospedaje mayor a la que a Cancún le llevó 30 años desarrollar (SEDETUR, 2014). Una vez recuperado Cancún, la oferta de cuartos en el Norte de Quintana Roo sumaba 70.000.

Esto sucedía al tiempo del gran crecimiento del turismo en el Gran Caribe, bajo el mismo modelo masivo de sol y playa (mismos mercado, oferta y estrategias de comercialización, operación e inversiones) lo que representó la homogenización de la oferta y la competencia entre los destinos de la región en lo que algunos autores señalan como la *balearización* (por el predominio de inversiones españolas de Baleares y de sus estrategias, BUADES, 2006; JIMÉNEZ, 2010).

En estas décadas se presentan momentos relevantes: el huracán Gilberto (13 de septiembre de 1988); el huracán Wilma (21 de octubre 2005) y las crisis 2008-2009 que dejaron fuera del mercado a Cancún por un año en cada ocasión. Tras el paso de Gilberto, la reconstrucción y las nuevas construcciones significaron el incremento de la densidad de cuartos (los primeros hoteles abren en Cancún en 1976; en 1988 había 11.891 cuartos, en 1989 eran 15.370 y en 1990 se registran 17.470, casi el total de lo planeado para 1995 (FONATUR, 1974). Ante este incremento en la oferta de cuartos y la caída en el arribo de turistas por el huracán, en el contexto de la creciente competencia en el Caribe, la ocupación promedio en Cancún cayó de 83% en 1987 a 57% en 1989 (SECTUR, 2009).

Una de las estrategias para incrementar la ocupación y lograr una recuperación fue la atracción del segmento de estudiantes SBes, que fue bien recibida en el contexto que se ha mencionado. En la década de los noventa

su arribo fue importante como solución a la reducción de la actividad previa a la Semana Santa. Empezaron a acudir a la Riviera Maya también, y algunos hoteles y agencias de viaje se especializaron en recibirlos. Tras el paso del huracán Wilma en el 2005, la experiencia se repitió y se impulsó nuevamente el arribo de SBes con el fin de propiciar la recuperación (PROCESO, 2005).

Luego de los efectos de la crisis inmobiliaria del 2008, que afectó al turismo en el mundo y especialmente en México, y de la crisis de la influenza que en el 2009 provocó una reducción del 11% de turistas en Cancún respecto al año anterior (AHQR, 2009), los SBes se mantienen entonces como un mercado que, desde la óptica de las empresas y la administración pública, debe ser conservado e incluso impulsado. No obstante, la conducta excesiva de los SBes, que había sido causa de su rechazo en otros destinos, generó críticas que llevaron a la intervención del Gobierno municipal para la firma, ya en el 2000, del “pacto de civilidad” entre empresas y Gobierno.

Cancún ha sido el primero en preferencias entre otros destinos de *Spring Break* de Estados Unidos y el Caribe (VÁZQUEZ, 2013) y es un mercado buscado y promovido. No obstante, los problemas que se han enfrentado para mantener su afluencia han sido, por un lado los períodos críticos en Cancún, que ya se han mencionado (los huracanes Gilberto y Wilma, las crisis de seguridad internacional en 2001, la económica-inmobiliaria de 2008 y la crisis sanitaria de la influenza en 2009), y que a su vez impulsaron seguir manteniéndolo como mercado; y por otro lado las alertas de seguridad emitidas por el Gobierno norteamericano advirtiendo sobre los peligros en México en general y en Cancún en particular.

En los casos más recientes, en 2012 el Gobierno del Estado de Texas emitió una alerta específicamente para sus estudiantes con planes de viajar a Cancún; en marzo de 2014, la cónsul

norteamericana para la península de Yucatán aclaró que las alertas de su Gobierno emitidas en enero eran genéricas y no específicas para Cancún; mientras que la empresa de seguridad de Estados Unidos Stratford emitía una alerta para las playas mexicanas, incluyendo a Cancún (SÁNCHEZ, 2014). El año récord del 2000, cuando se recibieron 60.000 SBes, no ha sido igualado. Entre el 2008 y el 2011 la cifra oscilaba en 30.000 anuales y sólo en 2013 y 2014 se rebasaron los 40.000 (SÁNCHEZ, 2014).

Las características de los viajes de SBes y su comportamiento en Cancún (PALMA, 2007) coinciden con las expuestas en la literatura y no han generado que se intente limitarlos ni reducir la promoción dirigida hacia ellos. Para las empresas, es un mercado que no produce una derrama importante, pero permite mantener la actividad durante la “temporada intermedia”, es decir, entre las temporadas altas de invierno y la de Semana Santa, por lo que “[...] no se puede prescindir de este”, además de que se considera que ha habido una mejora en su comportamiento, de acuerdo al hotelero Abelardo Vara (SÁNCHEZ, 2013).

En Cancún la responsabilidad por el comportamiento y los excesos de los SBes no son imputables solamente a estos, sino también a la permisividad de las autoridades, así como de los prestadores de servicios y empresas que alientan y propician los excesos (PALMA, 2007). Por ejemplo, no hacer cumplir el Bando de policía y buen gobierno municipal respecto de la prohibición de ingerir alcohol en la vía pública, mientras que los meseros y animadores alientan juegos sexuales en la playa o bares; además, desde luego, la ingestión excesiva de alcohol (PALMA, 2007).

Tanto las empresas que consideraban incompatible su mercado con el de los SBes, como algunos grupos de la sociedad, propiciaron con sus cuestionamientos la atención del tema. Un elemento adicional fue el crecimiento

de los casos de abuso en contra de los estudiantes aprovechando su estado de ebriedad, lo que incluye la agresión sexual contra las estudiantes, de acuerdo al Observatorio de Violencia Social y de Género De Benito Juárez (2012).

El debate sobre esta situación se “resolvió”, entonces, con el establecimiento en el 2000 de un “Acuerdo de civilidad” entre las empresas que atendían a este mercado de vacaciones de primavera, el Gobierno municipal y las empresas y grupos que criticaban la situación generada. El Gobierno municipal cuidaría del cumplimiento de la reglamentación municipal, y las empresas en conjunto con el Gobierno municipal le entregarían a los estudiantes en vacaciones de primavera, a su llegada, un resumen de las principales reglas municipales que deberían cumplir, advirtiéndoles sobre su obligatoriedad y las consecuencias de su incumplimiento.

Esto se sigue haciendo hasta ahora. Sin embargo, el compromiso de las empresas para que sus prestadores de servicios no alienten las conductas indeseables no ha sido incluido y tampoco ha variado los hechos. Los “excesos” y los problemas asociados (incluidas agresiones a los SBes en estado de ebriedad), siguen presentes, aun cuando los SBes reciben al llegar un “Código de conducta”, que es un listado de recomendaciones entre las cuales se encuentran evitar insultar a personas, beber en las calles, consumir drogas, desnudarse en público y orinar en las calles (MUNICIPIO BENITO JUÁREZ, 2014). Sin embargo, algunos empresarios perciben que ese comportamiento ha mejorado, pues dichos visitantes están más disciplinados y han tomado conciencia de las buenas costumbres (SÁNCHEZ, 2013).

En el modelo masivo de sol y playa con el que nace Cancún, los SBes han jugado un rol de apoyo a la solución de un problema causado por la lógica de su crecimiento, también por

el momento puntual posterior a la crisis, así como por los cambios de demanda derivados de la temporada. Al mismo tiempo, el crecimiento de Cancún y la Riviera, rebasó en el primer caso lo planeado y tuvo una ausencia o insuficiencia de planeación en el segundo caso, con una participación mínima de la administración pública. En la lógica neoliberal, dominante a partir de los años noventa, ello ha implicado la desatención de los impactos sociales generados, por lo que la experiencia de recibir a SBes no se ha visto acompañada de una planeación ni de prevención. Las acciones gubernamentales en el tema han sido reacciones a los problemas y a las críticas (como la entrega del Código de conducta al momento de su arribo), sin generar una estrategia integral.

Descripción del estudio

El objetivo de esta investigación fue conocer los impactos sociales de los SBes y su comportamiento en Cancún, México, a partir de la percepción de los residentes locales. El diseño metodológico fue basado en una amplia revisión bibliográfica especializada en los impactos socioculturales del turismo en general. Al respecto, se observó que la gran mayoría de los trabajos sobre los impactos percibidos del turismo han sido de corte cuantitativo.

De acuerdo con SHARPLEY (2014), la investigación se ha basado en encuestas a gran escala, lo cual se entiende porque muchos estudios han buscado identificar y poner a prueba la relación entre algunas variables sociodemográficas, principalmente, y las percepciones y actitudes hacia el turismo.

Por su parte, los métodos cualitativos ofrecen mucho potencial aunque gran parte de este no ha sido descubierto para entender las dimensiones humanas de las implicaciones sociales y culturales del turismo (PHILLIMORE & GOODSON, 2004, p. 4). Particularmente,

pueden ser útiles en el intento de entender el punto de vista de los actores sociales en cuanto a pensar, sentir y hablar del turismo, lo cual se ha requerido para tener una comprensión más profunda de las percepciones y actitudes locales (PEARCE ET AL., 1996, p. 60).

Aunque la necesidad de estudiar los impactos del turismo desde métodos cualitativos ha sido reconocida desde hace ya algunos años (BRUNT & COURTNEY, 1999), estos han sido utilizados muy poco respecto al número creciente de investigaciones sobre el tema en el ámbito internacional.

Tomando en consideración las ventajas de ambos métodos en el estudio de los impactos percibidos del turismo, el presente estudio adoptó técnicas mixtas para el logro de su objetivo, aunque en este artículo se presentan sólo las de corte cuantitativo, debido a que las de corte cualitativo han sido ya publicadas en otro espacio (MONTERRUBIO, JOSIAM & SOSA, s. f.).

Como primera etapa se adoptó una aproximación cualitativa en la cual se realizaron veintisiete entrevistas a profundidad con representantes de empresas, instituciones y residentes varios de la población local después de la temporada de SB en 2013. Se prestó especial atención a los residentes con perfiles sociodemográficos diversos, particularmente en cuanto a ocupación, tiempo de residencia en el destino, género, edad y lugar de nacimiento, por mencionar algunos aspectos. En cuanto a las ocupaciones, se incorporaron las percepciones y experiencias de dueños y administradores de empresas del sector, agentes de viajes, taxistas, académicos, estudiantes, periodistas, una jubilada, un médico, entre otros.

Esta diversidad permitió recolectar diferentes voces y, con ello, diversidad de experiencias de los residentes locales en cuanto a los SBes. El instrumento de esta etapa incorporó pre-

guntas sobre los impactos percibidos de los SBes y las actitudes locales hacia ellos. Del total, veinticinco entrevistas fueron audiograbadas y tuvieron una duración de dieciocho minutos en promedio.

La segunda etapa fue de corte cuantitativo. Se realizó una encuesta a 245 residentes locales en la primavera de 2013, lo que corresponde a una muestra representativa con 90% de confiabilidad y un margen de error de 5,2%, esto debido a limitaciones de recursos. También se procuró encuestar a residentes con perfiles varios en cuanto a edad, lugar de origen, ocupación, nivel de estudio, y en distintas áreas geográficas del destino. Después de una modificación a partir de una prueba piloto, el instrumento final estuvo compuesto de 68 ítems con preguntas de tipo Likert.

Para responder a la aseveración, el encuestado optaba por elegir 1) totalmente de acuerdo, 2) de acuerdo, 3) neutral, 4) en desacuerdo o 5) en total desacuerdo. Los ítems fueron distribuidos en cinco secciones: beneficios / costos sociales en el ámbito individual del SB; beneficios comunitarios del SB; costos comunitarios del SB y pertenencia a la comunidad. Se incluyeron a continuación doce preguntas de opción múltiple para obtener el perfil sociodemográfico de cada encuestado (véase tabla 1), y una pregunta abierta para que se agregaran los comentarios que se deseara. Los datos fueron administrados en el programa SPSS.

Resultados

Perfil de la población encuestada

Las características de la población encuestada guardan correspondencia, en general, con las de la población de Cancún que se ha conformado a lo largo de los 40 años de su historia. Se trata de una población activa con una distribución en mitades entre hombres y

mujeres, un predominio de jóvenes y adultos jóvenes, distribuidos proporcionalmente entre solteros y casados o unión libre. Los distintos segmentos con 5, 10, 18 o 20 años de vivir en Cancún concentran las frecuencias mayores, reflejando la evolución de centro de fuerte inmigración hacia la estabilidad. El nivel educativo es alto, pues cerca de la mitad tienen estudios superiores, y casi un tercio, educación media superior. Más de la mitad está ocupada en actividades relacionadas con el turismo, y la mayor parte declara que sus ingresos provienen del mismo; de igual forma, una clara mayoría obtiene una parte, mínima o considerable, de su ingreso en la relación con los SBes (ver tabla 1).

La población en Cancún está familiarizada con los SBes. Aunque solamente una parte de los prestadores de servicios tienen contacto directo con ellos (aquellos cuyas empresas reciben y atienden a este segmento, más otros prestadores como taxistas, meseros, vendedores), los familiares de estos prestadores y habitantes tienen un contacto indirecto y coinciden con ellos en espacios públicos como playas, plazas, comercios y calles. Este contacto directo e indirecto, sumado a la información difundida por los medios de comunicación, incide en la percepción de la población sobre el SB.

Beneficios / costos personales del SB en Cancún

El primer grupo de preguntas tiene como objetivo la evaluación del balance costo / beneficio a nivel personal. Una parte importante de las respuestas opta por la opción neutral y llama la atención el balance entre acuerdo y desacuerdo. La primera aseveración es *Mi situación económica es mejor debido al SB*. Ante ella, las respuestas con mayor frecuencia se concentran en la neutral (no afirma ni niega), con un 32%. Esta indefinición se confirma porque la siguiente respuesta en

TABLA 1. Perfil sociodemográfico de los informantes

<i>Variable</i>		<i>n= 245</i>	<i>%</i>	<i>Media</i>
<i>Género</i>	Femenino	122	49,7	
	Masculino	123	50,3	
<i>Lugar de nacimiento</i>	Cancún	75	30,6	
	Otro municipio	23	9,4	
	Otro Estado	145	59,2	
	Otro país	2	0,8	
<i>Tiempo de residencia</i>				15,4 años
<i>Ingresos por turismo</i>	Nada	57	23,3	
	Menos del 50%	35	14,3	
	Del 51% al 75%	54	22,0	
	Del 76% al 100%	99	40,4	
<i>Ingresos por SB</i>	Nada	86	35,1	
	Menos del 50%	86	35,1	
	Del 51% al 75%	56	22,9	
	Del 76% al 100%	17	6,9	

Fuente: elaboración propia.

importancia es *De acuerdo*, con 24%; sin embargo, la suma de *Acuerdo* y *Total acuerdo* es 33%, mientras que la suma de *Desacuerdo* y *Total desacuerdo* es de 36%, es decir, son porcentajes muy cercanos entre sí y con la respuesta neutral.

Se expresa entonces una evaluación en la que no es totalmente claro el beneficio económico del SB a nivel individual, a pesar de que de forma aislada podría leerse que predomina el acuerdo sobre el impacto positivo del SB en la economía personal, puesto que el porcentaje más alto después del neutral es el 24% *De acuerdo* y porque la media es 2,86. Ante la aseveración *Tengo ingresos adicionales gracias al SB*, es predominante la respuesta negativa, que suma 45%, frente a un 27% de respuesta neutral y, nuevamente, un importante 28% de la suma *De acuerdo* y *Total acuerdo*. Esto puede estar relacionado con el dato del perfil de que una tercera parte percibe una proporción de su ingreso del SB. Sin embargo, en igual cantidad la respuesta es neutral y es más importante la negativa; es decir, no se

presenta una percepción generalizada sobre ese beneficio.

Las respuestas sobre si se tienen más opciones de recreación, como centros nocturnos y eventos públicos de diversión, gracias a las actividades que se desarrollan en la temporada de SB son claramente de desacuerdo, que suma 39%; mientras que las respuestas *De acuerdo* y *Total acuerdo* suman 24%. Los porcentajes vuelven a mostrar un balance entre las tres posibilidades en el caso de la pregunta sobre si el SB brinda oportunidades para conocer gente nueva: la suma *De acuerdo* y *Total acuerdo* es de 38%, frente a un 33% de *Desacuerdo* y *Total desacuerdo* y un 29% de respuesta neutral.

En el tema de si se abre la oportunidad de interactuar con SBes, aunque el porcentaje mayoritario corresponde a respuestas positivas (46% para *acuerdo* y *total acuerdo*), las respuestas que eligieron la opción de neutralidad representan todavía un alto porcentaje

(29%), mientras que la suma de desacuerdo y total desacuerdo es de 24%. Estas respuestas resultan lógicas, considerando que solamente un sector de los prestadores turísticos trabaja con los SBes. El porcentaje de quien tiene contacto directo es menor aún si la base es la población en general; el encuentro con ellos es posible en los espacios públicos como las playas o plazas comerciales y puede considerarse indirecto. Los prestadores que trabajan con SBes son quienes tienen las mayores posibilidades de interacción.

Las respuestas ante la afirmación *Me gusta vivir en un destino popular para los SBes* son principalmente neutrales (*ni acuerdo ni desacuerdo*) en un 40%, lo que muestra que el tema no es relevante para vivir en Cancún. En segundo lugar está la respuesta *De acuerdo*, con 28%; sin embargo, la suma *De acuerdo* y *Total acuerdo* es de 42%, frente a la suma de *Desacuerdo* y *Total desacuerdo*, de 18%. Esto estaría mostrando no solamente una aceptación con sus consecuencias, sino una percepción positiva para más del 40% de vivir en un destino de SB.

Frente a la afirmación *El comportamiento de los SBes afecta mi moral*, se expresa un claro desacuerdo (suma de *Desacuerdo* y *Total desacuerdo*) del 53%; y solamente un 15% expresa acuerdo con la aseveración. Este resultado es relevante en la medida que las principales críticas a los SBes en los diferentes destinos son los excesos en su comportamiento; sin embargo, de acuerdo a las respuestas, no constituyen una preocupación para la mayoría de los encuestados.

Beneficios comunitarios del Spring Break en Cancún

El siguiente bloque de afirmaciones son expresiones sobre los beneficios para la comunidad de la presencia de SBes. En ellos puede percibirse respuestas de acuerdo con

la presencia de beneficios (como empleos y derrama), pero desacuerdo con que se presenten otros beneficios (mejoras en infraestructura para la población), así como poca diferencia entre las sumas *De acuerdo* y de *Desacuerdo*, que proyectaría precisamente el doble mensaje que la comunidad recibe de la presencia del SB.

Una clara mayoría, 61%, expresa acuerdo o total acuerdo en que se generan más empleos en la comunidad gracias al SBes, frente a un 15% de *Desacuerdo*. Esta proporción cambia radicalmente ante la aseveración: la infraestructura (urbana y de servicios para la población) ha mejorado gracias al SB, aunque un 24% expresa *acuerdo* frente a un 38% de *desacuerdo*. El 50% señala su *acuerdo* con la afirmación de que los SB introducen una gran cantidad de dinero a la comunidad, frente a un 23% en *desacuerdo* y un muy importante 27% que ubica su respuesta como neutral. No obstante, un 44% expresa *desacuerdo* en que la comunidad dependa económicamente del SB.

Ante la afirmación de que hay actividades culturales adicionales gracias al SB, se expresa un claro desacuerdo (43%). Esta percepción se confirma con cifras similares para la afirmación *Hay más ferias y festivales por el SB*, que genera un 47% de *desacuerdo* y un 30% de *acuerdo*. La diferencia es más clara aún para *Hay más áreas recreativas por el SB*, con 52% de *desacuerdo*, y 19% de *acuerdo*.

No obstante, se observa un equilibrio: poca diferencia entre los porcentajes de *acuerdo* y *desacuerdo* en la afirmación de que hay más servicios públicos para la comunidad por el SB (28% *desacuerdo* y 26% *acuerdo*). La siguiente pregunta y su respuesta resumen de manera clara el conjunto de respuestas sobre el ítem beneficios del SB a la comunidad de Cancún: en *La calidad de vida de mi comunidad ha mejorado por el SB*, una mayoría del 46% expresa *desacuerdo*, frente a un 16% de *acuerdo*.

Costos comunitarios del Spring Break en Cancún

El siguiente bloque de aseveraciones se refiere a costos o problemas generados por los SBes. Las respuestas de los encuestados nuevamente presentan un contraste; por un lado se expresan mayoritariamente de acuerdo con afirmaciones sobre algunos impactos negativos, pero por el otro, se muestran en desacuerdo con la influencia negativa de las conductas más criticadas de los SBes. Esto estaría reflejando las dificultades para definir un saldo de ventajas y desventajas.

Las primeras aseveraciones que se refieren a impactos no positivos del SB reciben respuestas principalmente de *Acuerdo* (suma de *Acuerdo* y *Total acuerdo*) en porcentajes altos. Los efectos no favorables del SB se hacen presentes en el incremento del consumo de alcohol (80%), incremento de basura (71%) y drogas, (69%), así como el hecho de que sólo las compañías extranjeras son beneficiadas (63%) y que son pocos los residentes que se benefician económicamente del SB (66%). La generación de impactos ambientales negativos (61%) y el desplazamiento de residentes de algunos espacios recreativos (48%) son también percibidos significativamente como efectos del SB (ver tabla 2).

TABLA 2. Impactos percibidos del *Spring Break* en Cancún

<i>Impacto del SB</i>	<i>Acuerdo %*</i>	<i>Desacuerdo %**</i>
Incrementa el consumo de alcohol	80	8
Incrementa la basura	71	14
Incrementa el consumo de drogas	69	13
Beneficia a compañías extranjeras	63	11
Genera impactos ambientales negativos	61	15
Desplaza a residentes de algunos sitios a los residentes (como playas)	48	22
Beneficios superan costos	29	27

*Suma de *Acuerdo* y *Total acuerdo*

**Suma de *Desacuerdo* y *Total desacuerdo*

Fuente: elaboración propia.

Como puede verse en la tabla anterior, no obstante la contundencia de la percepción sobre los impactos negativos del SB, al solicitar un balance entre costos y beneficios la respuesta de los encuestados no es tan clara: brinda un 43% a respuestas neutrales, mientras que el resto se reparte casi por igual en *acuerdo* y *desacuerdo*. Cabe señalar, sin embargo, que al revisar las medias más altas de todos los reactivos, después de los referidos al vínculo con Cancún, como *Me gusta vivir en Cancún* (4,27) o *Me gustan los paisajes naturales de Cancún* (4,31), le siguen los relativos a impactos negativos, como *El SB incrementa el consumo de drogas* (3,97), *Más basura*

durante y después de SB (3,89) o *Dinero de SB beneficia a compañías extranjeras* (3,78).

En resumen, la población local muestra una percepción de acuerdo sobre los impactos negativos del SB, a pesar de brindar un porcentaje relevante a respuestas neutrales y de desacuerdo. La población muestra, a través de estas respuestas, su incómoda situación de no querer prescindir de parte de su ingreso, generado por el SB, reconociendo los costos que lo acompañan. Los resultados muestran entonces la complejidad del fenómeno y también la difícil posición de quienes respondieron.

Conclusiones e implicaciones para la gestión turística

El presente estudio pretende contribuir a la ampliación y entendimiento detallado de los impactos sociales del turismo en las poblaciones locales, sugiriendo que la particularidad de los cambios inducidos por el turismo depende ampliamente del tipo específico de turistas y, en el caso de los SBes, del comportamiento explícito de estos en los destinos. De esta forma, los impactos sociales percibidos del SB, cuyo comportamiento hedonista ha sido una constante, están asociados a dicho comportamiento. Este estudio reveló que el incremento en el consumo de alcohol y drogas, así como la generación de basura y el desplazamiento de residentes locales de algunos sitios, como las playas, son percibidos considerablemente como impactos negativos del SB en Cancún. Al mismo tiempo, las respuestas de los encuestados muestran la percepción de que los recursos generados por este tipo de turistas son captados primordialmente por las principales empresas extranjeras especializadas en recibirlos, mientras que solamente una parte de la población local recibe una porción de su ingreso de los SBes durante la temporada en la que son recibidos (segundo y tercer ítem). Así mismo, en este estudio se confirmó la percepción de que el beneficio económico del fenómeno está acotado a ciertas empresas, principalmente extranjeras, y que con ello son pocos los locales beneficiados económicamente.

En este marco, los impactos percibidos del SB en Cancún exigen distintas acciones. En primer lugar, requieren una adecuada gestión del fenómeno. Es necesaria una mayor presencia de las políticas públicas en acuerdo y coordinación con las empresas involucradas, bajo la consideración de que al mejorar la supervisión y las medidas de prevención de impactos de la estancia del SB, se beneficia en primer lugar a ellos mismos, así como a las empresas y a la comunidad local.

Desde la administración pública, un análisis y seguimiento de los casos delictivos asociados con los SBes (en los que en buena parte de ellos son víctimas) permitiría diseñar estrategias preventivas. Al mismo tiempo, si el comportamiento hedonista de los turistas resulta ser un factor muy importante en los impactos negativos, es dicho comportamiento el que debe ser el centro de la gestión. De acuerdo con MASON (2008), la gestión de los visitantes es una de las formas importantes de reducir las consecuencias socioculturales negativas del turismo, y esto puede hacerse a través del uso de códigos de conducta para la regulación de los turistas.

Aunque ya existe un código de conducta que se les ha entregado a los SBes a su llegada al destino (OLAVARRÍA, 2014), el cumplimiento de este no ha tenido lugar. La regulación del comportamiento de los turistas, y con ello sus implicaciones, exige no solo la existencia de un código, sino el cumplimiento del mismo.

Para ello es necesario cubrir al menos tres aspectos: la entrega formal y oficial del código de conducta a su llegada, con el fin de que sea recibido en ese mismo sentido y no se deje esa labor al animador o chofer, que espera mantener felices a los SBes y obtener una propina.

El documento entregado, en este sentido, debe tener el membrete y sello oficial de la autoridad, porque al recibir publicidad diversa, que además enumera las advertencias, puede ser ignorado muy fácilmente. Los señalamientos del código advierten sobre el cumplimiento de la legislación, no son pautas éticas voluntarias, por lo que ello debe ser transmitido durante la entrega, que puede ser seria y formal, pero también amable (WALL & MATHIESON, 2006).

En segundo lugar, las autoridades juegan un papel esencial no sólo al legislar sino al hacer cumplir los reglamentos necesarios para minimizar las posibilidades de conflicto con

la cultura local. En este sentido, resulta esencial la aplicación de la legislación y tomar las previsiones para evitar actos de corrupción que resulten negativos para la imagen del destino. Los SBes saben que en su país hay reglas y deben cumplirse, por lo que deben recibir el mensaje de que es igual en Cancún. A la autoridad le corresponde mostrar con los hechos que la legislación se cumple, aún en contra de los SBes, si es necesario, o en su defensa, si se requiere.

En tercer lugar, los prestadores de servicios turísticos tienen una gran responsabilidad por su contacto directo con los SBes, y, en un malentendido afán de complacerlos, con frecuencia no sólo toleran, sino que promueven y facilitan los excesos.

Las empresas requieren brindar a sus colaboradores capacitación y concientización sobre las implicaciones legales y sociales de propiciar en los SBes el incumplimiento del código, también sobre las repercusiones en el turismo de los problemas generados por los excesos del SB e incluso sobre los compromisos éticos del destino ante los organismos nacionales e internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT). La coordinación de empresas y Gobierno resulta en este sentido esencial para incidir tanto en el entorno como en la conducta de los SBes, como señalan WALL y MATHIESON (2006).

Las empresas especializadas en este segmento juegan un papel muy importante. Pueden colaborar para el cumplimiento de los códigos de conducta emitidos por las autoridades, pero también generar sus propios reglamentos de comportamiento y convivencia, que procuren un impacto negativo menor en sus propios espacios, y con ello minimizar también los gastos incurridos eventuales por el comportamiento excesivo de los SBes (ANAYA, 2014).

La participación de las empresas extranjeras que manejan la mayor parte del mercado de

SBes debe ser parte de esta coordinación para el respeto a la legislación y a la reglamentación, informando en tiempo y forma a los futuros viajeros sobre las implicaciones de su comportamiento en el destino.

Otra consideración que destaca el estudio, a partir de las respuestas de los encuestados, es la percepción de que los ingresos generados por el SB se concentran en unas cuantas empresas y hacia una parte de los residentes que trabajan en turismo. Si bien las políticas de los distintos niveles de la administración pública no interfieren en los mercados y su competencia, existen políticas para el apoyo e impulso de pequeñas y medianas empresas y para propiciar la formación de cadenas productivas, que además son recomendaciones de instituciones nacionales e internacionales, como la propia OMT (UNEP-UNWTO, 2006). Estas políticas y estrategias pueden ser aplicadas para la mayor participación de empresas en los servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, *tours*, compras, etc.) en general y especialmente en lo relativo a los SBes. Puesto que un objetivo de las empresas del destino es hacer crecer la afluencia de los SBes, es un momento oportuno para llevar a cabo esta estrategia.

Finalmente, las autoridades locales y estatales, a partir de la experiencia del SB en Cancún y en otros destinos, tienen los elementos para desarrollar estrategias que minimicen algunos de los impactos negativos de los SBes en este destino (confirmados por las respuestas que presenta este estudio). Disponer de espacios públicos dignos para los residentes locales, no aplicar discriminatoriamente la reglamentación (solamente hacia la población local y siendo permisivo con turistas), solicitar a las empresas que eviten la generación excesiva de basura y que se deposite adecuadamente en las playas y áreas públicas son ejemplos de acciones que corresponden a la autoridad y deben atenderse permanentemente, y en las que es necesario poner especial atención

durante la temporada de SBes. Con ello, de acuerdo con RYAN (2003, p. 322), podría disminuir la intensidad de los impactos al reducirse los factores que intervienen.

Está fuera de discusión que la gestión del turismo es necesaria y que se requieren políticas públicas que incluyan la coordinación con las empresas para el desarrollo del sector, haciendo viables y reales los beneficios esperados para el mismo (MASON, 2008). La OMT, como organismo que tiene como objetivo promover el desarrollo del turismo, brinda herramientas, información, propone estrategias y difunde experiencias, partiendo siempre de la importancia clave de las políticas públicas y la planeación, y mostrando todo el tiempo la posibilidad real de gestionar resultados positivos para todos y de evitar los costos sociales. Los SBes podrían ser un caso de adecuada gestión turística, con una estrategia integral que abarque los diversos factores y elementos, a través de un compromiso real de las políticas públicas para el tema y las empresas; con buenos resultados que la comunidad local pueda percibir. De lo contrario, se pueden asumir los riesgos, para todos, con los que actualmente se desarrolla el SB.

A partir de los resultados expuestos, es claro que los impactos negativos del SB están presentes en Cancún y son importantes, que la comunidad se siente afectada, y que es posible trabajar en la previsión de esta situación.

Bibliografía

- AKIS, S., PERISTIANIS, N. y WARNER, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus, *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- AHQR (2009). *Barómetro turístico, diciembre de 2009*. México: Asociación de Hoteles de Cancún.
- ANAYA, N. (2014). Espera Cancún el arribo de cerca de 50 mil 'spring breakers', *El Financiero*,

9 de marzo de 2014. Consulta 1.º de julio de 2014. [<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/espera-cancun-el-arribo-de-cerca-de-50-mil-spring-breakers.html>].

ANDERECK, K., VALENTINE, K., KNOPF, R., y VOGT, C. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.

AP, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

APOSTOLOPOULOS, Y., SÖNMEZ, S., y YU, C. H. (2002). HIV-risk behaviours of American spring break vacationers: A case of situational disinhibition?, *Int J STD AIDS*, 13, 733-743.

BANCO DE MÉXICO (1968). Bases para el desarrollo de un programa integral de infraestructura turística en México, 1968. México: *Fondo documental Pedro Dondé, IV*. Biblioteca de la Universidad del Caribe.

Banco de México (1973). *Proyecto Cancún*. Fondo documental Pedro Dondé, IV. Biblioteca Universidad del Caribe.

BANCO DE MÉXICO (1979) Evaluación del proyecto Cancún. *Fondo documental Antonio Enríquez Savignac*, exp. 5, Biblioteca Universidad del Caribe.

BEDDOE, C. (1998). Beachboys and tourists: Links in the chain of child prostitution in Sri Lanka, en OPPERMAN, M. (ed.), *Sex tourism and prostitution: Aspects of leisure, recreation, and work*. New York: Cognizant Communication Corporation, 42-50.

BRENNER, L. (2007). La política turística mexicana y su impacto en el desarrollo nacional y urbano-regional, en CAMPOS CÁMARA, L. B. (Coord.), *Urbanización y Turismo*, México, UQROO-Pomares.

BRUNT, P., y COURTNEY, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts, *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.

- BUADES, J. (2006). *Exportando paraísos. La conquista turística del planeta*. Cataluña: Ediciones La Lucerna.
- BURDGE, R. J., & VANCLAY, F. (1996). Social impact assessment: A contribution to the state of the art series', *Impact Assessment*, 14(1), 59-86.
- CAMPOS, B. (2007). La actividad turística, las políticas de planeación y desarrollo urbano-turístico en la región Caribe Mexicano, en ROMERO, R. y ARRIAGA, J. C. (comps.), *Turismo, medio ambiente y cooperación internacional en el Caribe*. México: Universidad de Quintana Roo-Plaza y Valdés, 17-46.
- CÓRDOVA, F. (2014). Entrevista realizada el 20 de abril de 2014. Empresario, promotor de la sustentabilidad y la responsabilidad social, residente en Cancún desde 1970.
- CRONIN, C. (1996). Harm reduction for alcohol-use-related problems among College students, *Substance Use & Misuse*, 31(14), 2029-2037.
- DEERY, M., JAGO, L., y FREDLINE, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda, *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
- DIEDRICH, A. & GARCÍA-BUADES, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline, *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- DOXEY, G. (1975). *A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research infernces*. Paper presented at the Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings San Diego.
- FISHER, D. (2004). The demonstration effect revisited, *Annals of Tourism Research*, 31(2), 428-446.
- FUNATUR (1974). *Desarrollo turístico de Cancún, México*. México: FUNATUR.
- GETZ, D. (1993). Impacts of tourism on residents' leisure: Concepts, and a longitudinal case study of Spey Valley, Scotland, *The Journal of Tourism Studies*, 4(2), 33-44.
- GONZALEZ, G. M. (1986). Trends in alcohol knowledge and drinking patterns among students who visited Daytona Beach, Florida, during spring break, 1981-1983, *Journal of Alcohol and Drug Education*, 32(1), 40-46.
- HIERNAUX, N. (2006). Geografía del turismo, en HIERNAUX-NICOLAS, D. y LINDON, A. (eds.), *Tratado de Geografía Humana*, México, Antrophos-UAM, 401-432.
- HUSBANDS, W. (1989). Social status and perception of tourism in Zambia, *Annals of Tourism Research*, 16(2), 237-253.
- JIMÉNEZ, A. (1998). *Desarrollo turístico y sustentabilidad*. México: Porrúa-Universidad del Caribe.
- Jiménez, A. (2010). *Cadenas hoteleras: estrategias y territorio en el Caribe mexicano*. México: Porrúa-Universidad del Caribe.
- JOSIAM, B. M., HOBSON, J. S. P., DIETRICH, U. C., y SMEATON, G. (1998). An analysis of the sexual, alcohol and drug related behavioural patterns of students on spring break, *Tourism Management*, 19(6), 501-513.
- LEE, C. M., LEWIS, M. A., y NEIGHBORS, C. (2009). Preliminary examination of spring break alcohol use and related consequences, *Psychol Addict Behav*, 23(4), 689-694.
- MASON, P. (2008). *Tourism impacts, planning and management* (2 ed.). London: Butterworth-Heinemann.
- MATICKA-TYNDAL, E., HEROLD, E. S., y MENWHINNEY, D. (1998). Casual sex on spring break and behaviours of Canadian students, *The Journal of Sex Research*, 35(3), 254-264.

- MONTEERRUBIO, J. C., JOSIAM, B. M., y SOSA, P. (s.f). Spring breaks social impacts and residents attitudes in Cancun, Mexico: A qualitative approach, *International Journal of Tourism Anthropology*. (Por publicar).
- MOORE, R. S. (1995). Gender and alcohol use in a Greek tourist town, *Annals of Tourism Research*, 22(2), 300-313.
- MUNICIPIO BENITO JUÁREZ (2014). *Welcome Spring Break. Important notice*. Propaganda obtenida en la Oficina de Turismo del municipio Benito Juárez, Cancún, Quintana Roo, México.
- Oehmichen, C. (2010). Cancún: La polarización social como paradigma de un México Resort. *Alteridades*, 20(40), 23-34.
- OEMICHÉN, C. (2009). Turismo y ciudades de orillas: el caso de Cancún, México, *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 1(3), 1-13. [<http://topofilia.net/coloquio09oehmichen.html>]. Consulta: enero 10 de 2014.
- OBSERVATORIO DE VIOLENCIA SOCIAL Y DE GÉNERO DE CANCÚN. (2012). *Datos de su banco de información proporcionados por la Dra. Mónica Franco*, 20 de octubre de 2012.
- OLAVARRÍA, C. (2014). Reparten a *spring breakers* folletos con Código de Conducta, *Novedades Quintana Roo*, 3 de marzo de 2014. [<http://sipse.com/novedades/spring-breakers-reciben-folletos-de-codigo-de-conducta-78612.html>]. Consulta 1.º de julio de 2014.
- PALMA, G. (2007). *Spring Break. Turismo salvaje en playas mexicanas*. México: Grijalbo.
- PATRICK, M. E., MORGAN, N., MAGGS, J. L., y LEFKOWITZ, E. S. (2011). “I got your back”: Friends’ understandings regarding college student spring break behavior, *Journal of Youth and Adolescence*, 40(1), 108-120.
- PEARCE, P., MOSCARDO, G., y ROSS, G. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford: Elsevier Science Ltd.
- PERDUE, R. R., LONG, P. T., y ALLEN, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes, *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- PHILLIMORE, J., y GOODSON, L. (2004). Progress in qualitative research in tourism: Epistemology, ontology and methodology, en PHILLIMORE, J. y GOODSON, L. (eds.), *Qualitative research in tourism: Ontologies, epistemologies and methodologies*. London: Routledge, 3-29.
- PIZAM, A. (1978). Tourism’s impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents, *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- PNUMA-UNWTO (2006). *Por un turismo más sostenible*. Francia: PNUMA-UNWTO.
- RIBEIRO, N. F. y HICKERSON, B. (2013). Spring break travel: Thirty years of scholarly evidence, 1980-2010, *Tourism Review International*, 16(3-4), 1-15.
- RYAN, C. (2003). *Recreational tourism: Demands and impacts*. Clevedon: Channel View Publications.
- SEBASTIAN, L. M. y RAJAGOPALAN, P. (2009). Socio-cultural transformations through tourism: a comparison of residents’ perspectives at two destinations in Kerala, India, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(1), 5-21.
- SÁNCHEZ, M. (2014). Colocan mayoristas a Cancún como destino internacional favorito, *El periódico*, 16 de abril de 2014. [<http://www.el-periodico.com.mx/noticias/colocan-mayoristas-a-cancun-como-destino-internacional-favorito/>]. Consulta 21 de abril 2014.
- SÁNCHEZ, M. (2013). No se puede prescindir del mercado de *spring breakers*, *El periódico*, marzo de 2013. [<http://www.el-periodico.com.mx/>]

noticias/no-se-puede-prescindir-del-segmento-de-spring-breakers-empresario/]. Consulta, 20 de abril de 2014.

SECTUR (2009). *Indicadores de la actividad turística, México*. México: SECTUR.

SECTUR (2012). *Oferta de alojamiento nacional, 2012*, [http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/estadistica_nuevo/semana_pdf/20.pdf]. Consulta, 20 de abril de 2014.

SEDETUR (2014). *Indicadores Turísticos*, [http://sedetur.groo.gob.mx/index.php/estadisticas/indicadores-turisticos]. Consulta, 22 de abril de 2014.

SHARPLEY, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research, *Tourism Management*, 42(1), 37-49.

SHELDON, P., y VAR, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales, *Tourism Management*, 5(1), 40-47.

SÓNMEZ, S., APOSTOLOPOULOS, Y., YU, C. H., YANG, S., MATTILA, A., & YU, L. C. (2006). Binge drinking and casual sex on spring break, *Annals of Tourism Research*, 33(4), 895-917.

SOSA, A.P. y JIMÉNEZ, A. (2012). La política turística en Cancún como destino turístico maduro ¿renovar o replicar?, en VERA, F. y RODRÍGUEZ, I. *Renovación y restructuración de destinos turísticos en áreas costeras*. Valencia: Universidad de Valencia, 71-92.

TELFER, D. J., y SHARPLEY, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. London: Routledge.

THOMASON, P., CROMPTON, J. L., y KAMP, D. (1979). A study of the attitudes of impacted groups within a host community toward prolonged stay tourist visitors, *Journal of Travel Research*, 17(3).

Torres, R. (2002). Cancun's tourism development from a fordist spectrum of analysis. *Tourist Studies*, 2(1), 87-116.

VÁZQUEZ, J. (2013). *Spring breakers* cumplen expectativas en Cancún, *El Economista*, 10 de abril de 2013. [http://eleconomista.com.mx/estadisticas/2013/04/10/spring-breakers-cumplen-expectativas-cancun]. Consulta: 33 de abril de 2014.

WALL, G. y MATHIENSUN A. (2006). *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Essex: Pearson Prentice Hall.